新媒体时代电视编辑的角色转型与功能拓展

摘　要：随着媒体行业的不断发展，传统媒体发生了巨大的变化。为了提升电视节目的质量，电视编辑的作用至关重要。在新媒体时代下，在电视编辑的角色转型与功能拓展中，首先需要对新媒体环境下电视编辑出现的变化进行分析，针对电视编辑的角色转型与功能拓展进行合理阐述，最终达到全面提升电视节目的质量与效果。希望通过本文的分析，能够对电视编辑的角色与功能有进一步的了解，从而满足其转型与拓展的最终目标。

关键词：新媒体；电视编辑；角色转型；功能拓展

中图分类号：G213　　**文献标识码**：A

文章编号：1671-0134（2018）08-078-02　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.08.029

文 / 闫泥红

作为电视节目制作主体，在制作电视节目时，电视编辑发挥了不可替代的作用。电视编辑的思想高度与专业能力直接决定了电视节目的水平，随着科学技术与社会经济的发展，社会已经迈入新媒体时代，各种新媒体的出现，对传统媒体带来了巨大的冲击，在这样的情况下，电视编辑需要立足于实际发展情况，能够对新媒体环境特点进行深入分析，这样才能够更好地服务大众。相比传统媒体，新媒体下的电视节目所强调的是受众的实际感受，重视的是与受众之间的信息交流与互动，更加偏向于为受众提供个性化的服务。

1. 新媒体环境下电视编辑的变化分析

随着最近几年电视编辑发展速度的不断加快，在一定程度上促进了媒体行业不断发展、进步。当今的新媒体环境，电视编辑发生巨大改变，电视编辑为了满足时代的发展，对其变化的分析成为重中之重。因此，新媒体环境之下的电视编辑变化情况，主要体现在以下几个方面。

第一，逐渐从线性编辑转变成非线性编辑。在新的形势下，时代的进步和发展使得电视编辑从传统的线性编辑变成非线性编辑，如此才能促进媒体行业实现持续发展。在日常工作中，线性电视编辑对于材料的查找效率较低，同时会浪费工作人员很多时间和精力。而不断发展的信息技术使得查找材料的效率得到明显的提高，并且电视编辑的工作者也能够跟上时代发展的需求，通过现代化技术的应用，节约了大量的工作时间，可以提升工作的质量与效率，这样就为电视编辑的发展奠定了良好的基础。通过在实际工作中应用非线性网络系统，能够与网络技术以及非线性技术相互结合起来，在满足资源共享需求的同时，也能提升素材与资源的实际利用率，最终推动媒体发展。[1]

第二，持续使用网络技术。电视编辑在新媒体技术的支持下得以与时代发展需求相适应，开始选用信息化技术、网络化技术，拓宽非线性编辑素材与资源的来源渠道，提高利用素材的效率，最终全面提高电视编辑工作的效果和质量。

第三，群众内心出现的变化。在当前的新媒体环境下，群众对于电视节目的观看需求也有了改善。在初期的发展中，传播的方式有所限制，导致观众在收看的时候缺少方向性和目的性。但是，时代的发展，技术的更新，在日常的电视编辑中，也需要对工作模式加以创新，并且对发展的方式进行改变与调整。如此才能迎合时代的发展，推动媒体行业的与时俱进。[2]

2. 新媒体时代下电视编辑的角色转型

在新媒体时代下，电视编辑想要实现角色的转型，首先应该考虑到角色本身的多元化发展，然后重点关注编辑理念是否能够满足时代所需，当迎合这两个目标之后，其角色就能够实现成功转型。

2.1 实现多元化的角色发展

传统的电视编辑工作形式比较单一，电视编辑人员面对新媒体时代呈现爆炸式增长态势的信息时应注意转变角色，努力成为全能型人才，以满足时代需求。电视编辑工作在新媒体时代不再只是制作电视节目，涌现的各种媒体形式使得电视节目的市场竞争力持续提升，微博、微信等传播信息的新兴媒体的出现使得其信息传播及时性显著强于电视传播，电视编辑要想在激烈的竞争中抢占市场，就应做好记者工作，促进电视媒体和新兴媒体的有效衔接，借助新兴媒体的力量提高电视媒体的信息传播效率，同时提升电视媒体在市场竞争中的优势。因此，电视编辑在新媒体环境下要向着多元化、全能化的目标不断转变角色，持续提升。在实践中不但要采集电视节目的图片，编辑电视节目的文字，还要考虑节目的定位和编排等。与此同时，电视编辑工作内容和形式都要向全能化转变，坚持与时俱进，树立匹配时代发展所需的电视编辑理念，将其融入电视编辑工作中，成功转变角色，提高电视编辑工作质量，增强电视节目对大众的吸引力，从而为电视媒体赢得更好的市场竞争优势。[3]

2.2 树立全新的编辑理念

电视编辑在新媒体时代的角色转变还要以新的观念

为引领，电视编辑观念其实就是对电视编辑活动规律要形成理性的认识。电视编辑观念随着时代的发展也有新的改变，这样的改变不只是改革环境与体制的缩影，也集中反映电视变革。改变编辑观念有助于引导传统电视媒体在新时代不断发展和创新。新兴媒体的出现和传统电视媒体的发展使得电视编辑面临全新的要求，在激烈的竞争中最需要明确的问题就是媒体的定位。电视编辑要具有一定的定位理念，其中主要包含定位电视节目内容、定位电视节目受众。针对内容定位，电视编辑应利用新的观念，满足展示媒体风格的基础性要求，并且电视编辑要在观念上坚持以人为本，在电视节目的编制中明确划分受众，满足分众化、小众化的实际需求。作为电视编辑还要正确树立整合资源的新观念，在不同环境和形势下整合同一节目的资源，保证电视节目不会丢掉核心内容，为观众呈现全新的一种形态，这也是新媒体时代电视编辑要着重考虑的问题。电视编辑只有将新的观念应用于工作实践，才能提升自身综合素质，快速实现编辑角色转型，满足时代发展需要。

3 新媒体时代下电视编辑功能拓展途径分析

在当前新媒体时代下，电视编辑功能的拓展主要囊括了编辑内容、编辑平台以及编辑话语三个方面的内容。具体的功能拓展如下。

3.1 编辑内容

不管是传统电视行业抑或是新媒体时代的电视媒体，编辑人员的主要工作是对电视节目内容进行编辑。尽管工作方向基本一致，但工作任务有显著的差异。在传统电视编辑工作中，编辑人员不但要针对成型的节目开展相应编辑工作，包括调配界面色彩、编辑节目字幕等，还要找到电视节目的热点，使节目更新颖，找到大众欢迎的、乐于接受的资源，增强电视节目的吸引力。电视编辑人员在保证新媒体时代电视节目内容真实可靠的同时还应关心受众需求，但不能为了提高节目的吸引力而加入夸大的、虚假的内容，要用真实的、新颖的电视节目满足受众好奇心。

3.2 编辑平台

在当今的媒体行业，新的媒体形式越来越多，它们不但是电视媒体的竞争对手，也能成为电视媒体的合作伙伴。在新媒体时代，电视编辑人员不但能改变终端播放方式，还能借助各种网络视频平台的优势，大力推广宣传电视节目。目前，搜狐视频、腾讯视频以及爱奇艺视频等平台不断涌现，电视编辑人员可考虑和这类平台合作，扩大电视节目传播渠道。原因在于，这类平台的播放更人性化，观众能根据自己的需求自由点播电视节目，在观看环节还能通过弹幕进行点评，和其他的观众互动、交流等。电视编辑人员可以通过弹幕与评论的观看，了解电视节目受众的实际欢迎度以及观众关注的焦点问题，之后，针对观众所关注的焦点问题进行宣传，这样就可以满足最佳宣传效果的要求。通过电视平台的合理利用，可以针对电视节目进行合理宣传，并且能够提升观众对于电视行业的关注度，可谓是一举多得。[4]

3.3 编辑话语

在传统的媒体行业中，电视编辑无法通过各种渠道获取自己想要的信息资源，因而在话语编辑中也很难把握观众对电视节目的喜好。对于电视编辑来说，编辑话语是经常使用的一种语言。如果编辑话语能在新媒体时代达到独特、新颖的程度，就能掀起话语潮流。如“给力”是前几年非常流行的编辑话语，最近几年也有很多流行的话语，电视编辑在新媒体时代要合理利用信息技术，广泛了解信息，掌握新的信息，基于观众关注的热点提高电视编辑话语的整体性质量。然而，编辑话语在新媒体时代也面临难度，不仅信息质量较高，信息量也偏大，要求电视编辑人员在收集所需信息以后对其做好筛选和编辑等工作。这要求电视编辑持续提升敏感度，把握编辑技巧和要点，保证编辑的所有信息适应时代发展，让电视节目被观众接受、关注和喜爱。

结语

总而言之，本文在实际分析之中主要针对新媒体环境下的电视编辑角色转型以及功能拓展进行合理分析，希望在角色转型上日趋多元化与全能化，在功能拓展方面偏向于对编辑内容、编辑平台以及编辑语言的合理拓展。作为电视编辑，不仅要拥有先进的理念和编辑模式，同时还能够顺应时代的发展，考虑到受众的实际需求，这样才能够从根本上提升电视编辑的质量，推动电视媒体行业的持续发展。媒

参考文献

[1] 李萍 . 全媒体语境下电视编辑的角色转型与功能拓展 [J]. 科技传播，2018（12）：31-32.
[2] 张亦萍 . 新媒体语境下电视编辑的角色转型与功能拓展研究 [J]. 传播力研究，2018（12）：116.
[3] 贠佳 . 新媒体时代电视编辑角色定位及功能拓展研究 [J]. 采写编，2017（2）：83-84.
[4] 陈思思 . 全媒体语境下电视编辑的角色转型和功能拓展 [J]. 西部广播电视，2016（2）：149.

（作者单位：太原市广播电视传输网络管理中心）